



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

CINEMA E CRÍTICA.COM.BR
EXPERIÊNCIAS SOBRE A CRÍTICA
CINEMATOGRAFICA NA INTERNET

TAÍS GOMES DE CARVALHO

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

CINEMA E CRÍTICA.COM.BR
EXPERIÊNCIAS SOBRE A CRÍTICA
CINEMATOGRAFICA NA INTERNET

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/Jornalismo

TAÍS GOMES DE CARVALHO

Orientadora: Profa. Dra. Katia Augusta Maciel

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Cinema e Crítica.com.br, experiências sobre a crítica cinematográfica na internet**, elaborada por Taís Gomes de Carvalho.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof^a. Dra. Katia Augusta Maciel

PhD em Cinema pela University of Southampton

Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Paulo Domenech Oneto

Doutor em Filosofia pela Université de Nice - França

Departamento de Comunicação -. UFRJ

Prof^a. Andrea Cursino

Bacharel em Comunicação pela Faculdade Hélio Alonso - FACHA

Departamento de Comunicação – FACHA

RIO DE JANEIRO

2016

FICHA CATALOGRÁFICA

CARVALHO, Taís Gomes de.

Cinema e Crítica.com, experiências sobre a crítica cinematográfica na internet. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Katia Augusta Maciel

CARVALHO, Taís Gomes de. **Cinema e Crítica.com, experiências sobre a crítica cinematográfica na internet**. Orientadora: Katia Augusta Maciel. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho aborda como a popularização da internet e o crescimento das redes sociais impactou a prática da crítica cinematográfica e reconfigurou o papel do crítico. Analisamos o papel social do crítico através dos séculos até o momento presente. Pontuamos a relação da crítica com o jornalismo cultural e as principais mudanças que os profissionais da área enfrentaram a partir do crescimento da web 2.0. A crítica cinematográfica, sua linguagem e interação com o público são o ponto central da pesquisa. Como produto final apresentamos um site de domínio www.cinemaecritica.com.br, que contém entrevistas com críticos de diversos meios de comunicação, comentando as principais mudanças percebidas na profissão e como acontece a interação nas redes sociais.

Palavras- chave: crítica cinematográfica; internet; redes sociais; crítico.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Bertini e Marco Aurélio que sempre me amaram em me apoiaram em qualquer projeto louco que eu inventasse fazer.

À Escola de Comunicação da UFRJ, professores, amigos, funcionários, pessoal dos restaurantes, da Xerox (onde deixei metade da minha bolsa) e dos cafés (onde deixei a outra metade). Vocês tornaram essa jornada de conhecimento inesquecível, cada um ao seu jeito.

À minha orientadora Katia que embarcou nessa aventura comigo.

À querida Raquel Paiva que me deu forças para seguir em frente.

À minha banca Paulo e Andrea, gratidão por vocês aceitarem meu convite.

Aos meus amigos da ECO que guardo no coração, principalmente a minha irmã de jornada Eliana Oliveira.

Agradeço especialmente ao amigo e um grande professor que tive, Sergio Muniz, operador de áudio da UFRJ. Suas lições são ouro para mim.

À galera do rádio que fez tudo valer a pena: Renata Fontanetto, Fernanda Costa, Julia Menezes e Julia Araújo. Vocês são demais!

Às amigas e jornalistas Elisa Oswaldo Cruz e Clarice de Oliveira, que sempre me ensinam coisas novas.

À minha mestra Jedi, Simone do Valle, pela amizade, amor e generosidade.

Ao meu amor, amigo, companheiro e marido, Mike Will. Sem seu apoio nada disso seria possível. Te amo.

À todos os meus entrevistados que doaram seu tempo e compartilharam comigo conhecimento e positividade: Bruno Giacobbo, Renato Furtado, Caio César, Francisco Russo, Octávio Caruso e Renato Marafon.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO

2. A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA NA INTERNET

2.1 O crítico e a crítica cinematográfica – uma breve história

2.2 A crítica e o jornalismo cultural

2.3 O crítico de cinema e a internet

3. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

3.1 Mapeamento

3.2 Site

3.3 As entrevistas

3.4 A edição

3.5 Redes Sociais e divulgação

4. CONCLUSÃO

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INTRODUÇÃO

Ainda criança eles entraram na minha vida. Suas palavras expandiram universos. Eles me fizeram ver o que eu não via, entender o que eu não entendia. Sou cinéfila e os críticos de cinema são parte da minha história e da minha formação/educação audiovisual. Os críticos me ensinaram que cinema é arte e a arte transforma a vida das pessoas e da sociedade. Os críticos de todas as artes são “pedagogos da sensibilidade” (GOMES, 2006, p. 1) e ao longo do tempo, desde a Grécia Antiga, mudou de papel e função. Orientador, avaliador, decifrador de código secreto das artes, analista, etc.

A crítica cinematográfica é também parte da minha trajetória profissional, pois escrevi críticas em diversos portais entre os anos de 2009 e 2012 e essa foi umas das minhas primeiras experiências como jornalista. Então foi muito natural à escolha desse profissional para o trabalho de conclusão de curso. Os críticos, assim como tantos outros profissionais da área de comunicação, estão enfrentando mudanças profundas na profissão e na forma de divulgar seus trabalhos por causa da internet e das redes sociais e investigar essas mudanças é um dos objetivos da pesquisa.

Já tenho mais de 30 e meu jeito de me relacionar e consumir cinema mudou muito por causa da internet e das redes sociais. Mas voltando um pouco no tempo, lembro que escolher o filme, o cinema e obter informações sobre a sétima arte era bem diferente do que fazemos hoje. A gente pegava o jornal e olhava os tijolinhos da seção de cultura para saber o que estava passando. As críticas eram publicadas nos jornais toda sexta, como ainda é. Os jornais estão aí com seus tijolinhos e críticas com dia certo para serem publicadas. Mas existe aí uma diferença que muda tudo. A internet não existia, estou falando dos anos 80 e início dos 90 e os jornais e revistas semanais eram a principal forma de saber o que estava em cartaz. Não raro, víamos pessoas com a folha de jornal na porta do cinema fazendo anotações. Hoje é muito comum pegarmos o celular, consultar sites, portais e aplicativos. O impresso ainda está aí, mas não podemos negar a praticidade de ter a informação na palma da mão.

Outra mudança drástica com a popularização da internet foi a forma que nos relacionamos com as notícias sobre as produções cinematográficas. Para saber o que ainda iria estrear no futuro, as novidades, assistíamos os trailers. E se programava para entrar na hora, por senão, você ia ficar desatualizado. De vez em quando tinha um cartaz extra no saguão dos futuros lançamentos que alimentava o desejo dos cinéfilos por mais

filmes. E os críticos, jornalistas e publicações especializadas foram fundamentais para ampliar o acesso à informação. Hoje, assistimos os trailers de filmes que ainda vão estreiar daqui há um, dois anos, talvez. A novidade é que, eu internauta, posso acompanhar todo o processo até lá. As superproduções costumam usar a internet para alimentar o desejo dos fãs e criar expectativa em volta dos lançamentos dos filmes. Encontro nas redes sociais informações, vídeos e fotos, tudo sobre os bastidores, maquiagem, filmagem e até as fofocas de *backstage*.

Os críticos e jornalistas trabalhavam em jornais e revistas, após 1994, ano em que a internet se popularizou no Brasil, enfrentaram um desafio. Muitas redações fecharam e outras se adaptaram à nova linguagem. Os críticos em particular enfrentam outro desafio. Hoje existe um grande número de blogs e sites sobre cinema, muitos feitos por amadores, uma concorrência é acirrada. E agora? Com tantas informações disponíveis, em grande volume, qual o papel do crítico cinematográfico era da internet?

Nesse trabalho, analisaremos qual o papel do crítico cinematográfico na internet, nas redes sociais, na vida das pessoas e para isso optei pela própria internet. Desenvolvi um site (www.cinemaecritica.com) e publiquei diversas entrevistas com críticos, profissionais e iniciantes e de veículos de comunicação de diversos tamanhos e audiências, para responder diversas questões sobre a crítica na rede. Procurei também incentivar o debate com os internautas através dos perfis nas redes sociais criados para o projeto e principalmente ampliar o acesso a pesquisas realizadas na academia, disponibilizando todo o material online.

No **capítulo 2** proponho uma brevíssima história da crítica da arte. Exponho pouco da minha experiência como crítica de cinema em diferentes sites e blogs, entre os anos de 2009 e 2012 e aproveito para refletir sobre as raízes da crítica e os diversos papéis sociais que o crítico teve até os dias de hoje.

O **capítulo 3** descreve todo o processo de concepção e construção do site, levantamento de dados sobre sites e blogs sobre cinema do Brasil, analisando semelhanças, diferenças, pontos positivos e negativos. Relato também todo o processo de gravação, edição, bastidores e impressões sobre as entrevistas.

As conclusões finais, no **capítulo 4**, conto a experiência e desafios de transformar um trabalho acadêmico em um site multimídia, além de analisar os dados coletados ao longo da pesquisa, bem como os números de acesso e interações nas redes sociais.

Por ser um projeto prático, baseado em uma experiência particular, muitas vezes optei por escrever na primeira pessoa do singular. Por fim, segue um trecho do filme de animação da Pixar, “Ratatouille”¹, de 2007. Uma belíssima animação na qual um rato se torna chef de cozinha, enfrentando diversos desafios para defender sua escolha de vida e um deles é um crítico culinário bem exigente, um pouco sádico e vaidoso de sua profissão, chamado Anton Ego, responsável pelo fechamento de um restaurante após uma crítica negativa e por isso temido por todos. Mas em algum momento o crítico se rende ao talento do pequeno rato chef:

De certa forma o trabalho de um crítico é fácil. Nós ariscamos pouco e temos prazer em avaliar com superioridade e os que submetem seu trabalho e reputação. Ganhamos fama com críticas negativas que são divertidas de escrever e ler. Mas a dura realidade que nós críticos devemos encarar, é que no quadro geral a mais simples porcaria talvez seja mais significativa do que a nossa crítica. Mas há vezes em que um crítico arisca de fato alguma coisa, como quando descobri e defende uma novidade. O mundo costuma ser hostil aos novos talentos as novas criações, o novo precisa ser incentivado.

Pretendo com essa pesquisa jogar luz sobre a profissão do crítico cinematográfico. Uma profissão muitas vezes desvalorizada e que enfrenta muitas dificuldades, desafios e até mesmo críticas na internet e nas redes sociais. Mas do que dados, o que mais desejo com esse trabalho é trazer para mais perto do público aquele que tanto me ensinou e se arriscou para mostrar uma nova forma de entender o cinema. Pois bem como disse o personagem de Anton, o novo deve ser incentivado.

¹ Disponível no YouTube no link: <https://www.youtube.com/watch?v=GwBOjFsgFb8>. Acessado em 10/07/2016.

2. A CRÍTICA CINEMATOGRAFICA NA INTERNET

Quando soube que entrei para a faculdade de comunicação da UFRJ em 2009, resolvi montar um blog. O tema? Cinema. E o que vivi naquele período me preparou para muitas situações que se repetiriam nas redações pelas quais passei: trabalho duro, pesquisa, autodidatismo, críticas, mais pesquisa, mais textos e mais críticas.

Mas por que um blog sobre cinema? A sétima arte entrou na minha vida muito antes da comunicação. Aos sete anos de idade vi “Sonhos” de Akira Kurosawa e me apaixonei pelo cinema. Aos 12 me orgulhava de já ter visto toda a filmografia de Charles Chaplin. Aos 14 comecei a trabalhar em uma locadora de vídeo. Emprego que só larguei aos 22 anos. Eu conhecia as caixas dos filmes pela cor e adorava ajudar um cliente que não lembrava quase nada do filme que estava procurando. “Sabe aquele filme, com aquele ator?” Ah, me fala um pouco da história, que outro filme esse ator fez... E eu sempre matava a charada.

Passei muitas manhãs de sábados dentro do cinema Odeon, no centro da cidade do Rio de Janeiro, participando de um curso sobre “A história do Cinema Brasileiro”. Um curso que durou dois anos, ministrado pelo curador da Cinemateca do MAM, Hernani Heffner, totalmente gratuito, organizado por voluntários. Uma linda iniciativa. Quando nos reencontramos muitos anos depois, quando fui entrevistar o Hernani para um documentário ele exclamou: “Ah! Você era um daqueles malucos do Odeon”.

Por essas e outras era algo natural escrever sobre cinema como uma primeira experiência jornalística. Eu mal sabia onde estava me metendo. A internet tem sua própria linguagem e técnica, ainda pouco abordada na faculdade. Confesso que técnicas de *SEO* e ranqueamento nunca foram temas de nenhuma aula de redação dentro da universidade que também tem certa dificuldade em acompanhar a velocidade com que essas técnicas mudam. Eu tive que consultar muitos metablogs e realizar diversas experiências para conseguir adequar minha linguagem a plataforma.

Isso sem falar no melhor/pior da internet: os internautas. Eles conversam com você sem reservas, sem filtros e criticam sem dó. Foi um longo caminho até ficar em paz com essas lições.

Meu primeiro blog chama-se “Jacaré Doméstico” e escrevi posts de 2009 até 2012. Vivi experiências incríveis com esse projeto, como por exemplo, conversar com

Francis Ford Coppola e ter a chance de conhecer e conversar sobre cinema com diversos críticos que eu lia.

Analisando o “Jacaré Doméstico” hoje, ele tem muitas falhas, mas não deletei o projeto, pois ele faz parte de uma trajetória de pesquisa na qual acrescento mais um capítulo com o presente trabalho. Por isso todas as críticas publicadas no antigo blog, estão replicadas no site do atual trabalho, bem como críticas publicadas em todos os portais que tive a chance de escrever, como o registro da evolução da pesquisa.

Agora relendo este antigo projeto, no qual eu, uma pessoa sem experiência acadêmica ou vivência de redação, se propôs a criticar uma obra cinematográfica, surgem às primeiras questões da pesquisa: o que é uma crítica afinal e qual o papel do crítico?

2.1 A crítica e o crítico cinematográfico – uma breve história

As raízes da prática da crítica, em que “obras de arte constituíam-se enquanto objetos de juízo de valor e incorporadas como patrimônio cultural da sociedade” (GOMES, 2006, p.1), foram plantadas ainda na Antiga Grécia. Para BRAGA, a obra “A poética” de Aristóteles possui uma série de recomendações para escritores obterem os melhores resultados ao produzirem seus textos. A autora considera ainda que “A poética”: “estabelece regras claras sobre o que considera bom ou ruim em relação aos textos literários. Em outras palavras, Aristóteles apresenta os primeiros passos sobre como criticar uma obra de arte.” (BRAGA, 2001, p.55).

Apesar do debate sobre a arte ser praticado há muito séculos, a crítica e o papel do chamado crítico, ganham destaque e reconhecimento a partir do século XVII e principalmente do séc. XVIII. O crítico nessa época tinha “como função básica a codificação de um gosto de base consensual” (GOMES, 2006, p.1).

Com o passar dos anos o papel do crítico mudou. Segundo GOMES na época do romantismo o crítico passa a ser um norte, um orientador para a insegura burguesia que surgia e somente no século XIX, torna-se mais analista e “assume sua função mediadora de fornecer um elo entre artistas e o público, procurando definir seu território no campo da avaliação, da explicação e da divulgação.” (GOMES, 2006, p.1).

Chegamos ao século XX e novamente a crítica passa por mudanças. O surgimento da internet e das redes sociais mudou drasticamente nossa forma de

consumir notícias e principalmente nossa forma de se relacionar com a informação e o crítico teve que se adaptar.

Em 1994 a Embratel lança o serviço de internet comercial no Brasil. O serviço passou a funcionar de forma definitiva em 1995. No ano seguinte os principais portais e provedores de comunicação chegavam ao país. O resultado foi um profundo impacto no jornalismo, na comunicação e também na crítica cinematográfica, nas esferas econômicas e culturais.

Em pouco tempo a cinefilia torna-se a cibercinefilia e surge uma nova geração que consome cinema e crítica cinematográfica através da internet: “trata-se da reconfiguração de suportes para textos críticos e de práticas cinéfilas” (PHYSTHON, 2013, p.72), que acontece várias dimensões como portais de compartilhamento de filmes (legais ou não), portais, blogs, fóruns de debates e redes sociais.

Rapidamente críticos que escrevia em jornais e revistas tiveram que se adaptar à nova linguagem e realidade. Algumas editorias acabaram perdendo espaço no impresso e migrando para o virtual. Jornais referência como O Globo, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, dentre outros mantêm suas colunas sobre cinema no impresso e no online, mas pouco se preocupam em adaptar seu material para a linguagem da internet, muitas vezes apenas replicando o conteúdo.

Além da perda de espaço na mídia impressa, o crítico de jornais e revistas se deparou com uma enorme concorrência que surgiu na velocidade da luz. Um verdadeiro exército de críticos surge e continua a surgir a cada dia mais na internet. Um fenômeno descrito por KEEN como o “culto do amador”. Para o jornalista a web 2.0 prometia mais acesso a informação e a opiniões globais e mais profundas, mas não é isso que ele observa na rede:

O que a revolução da web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo a nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente, em vez de julgamento ponderado... Além disso, o conteúdo gratuito produzido pelos usuários gerado e exaltado pela revolução Web 2.0 está dizimando as fileiras dos nossos guardiões da cultura, à medida que críticos, jornalistas, editores, músicos e cineastas profissionais e outros fornecedores de informação especializada estão sendo substituídos... por blogueiros banais, cineastas caseiros e músicos que gravam no sótão. (KENN, 2007, p. 21)

As opiniões de KENN foram emitidas em 2007, antes de muitas redes sociais surgirem, como o Instagram que despertou questões parecidas, sobre perda de espaço para profissionais, em fotojornalistas e agências de fotógrafos.

Francisco Russo², editor chefe do AdoroCinema, um dos entrevistados para o trabalho, não acredita que a concorrência, ou o excesso de portais sobre críticas sejam sinônimo de baixa qualidade e aponta que quanto mais o crítico investe na qualidade do seu texto, mais audiência ele terá. A qualidade do conteúdo, segundo Russo, é o segredo do sucesso do site Adoro Cinema:

Eu acho ótimo que aumente o debate, por que você de certa forma massifica a informação. Essa é uma grande vantagem que a internet e especialmente as redes sociais nos trouxeram (aos críticos) é que você pode democratizar a informação, as pessoas tem mais voz e podem expor mais a suas opiniões. Isso não significa que ao abrir um site você vai ser lido por milhões de pessoas. Isso depende da sua qualidade, tempo e dedicação que você vá ter. (RUSSO, 2016).

O crítico de cinema trabalha hoje, em sua grande maioria, alinhado com os lançamentos e notícias recentes do mundo da sétima arte. Segundo RUSSO, as pessoas procuram ler críticas na internet para saber se sua opinião está alinhada com a o crítico, mas isso não é determinante da decisão do espectador de ir ao cinema assistir ao filme ou não. Porém com espaço ilimitado para escrever, característica da internet, o crítico ganha outro papel: “Tem outro lado que eu acho valiosíssimo que é o da garimpagem. Você pesquisar e descobrir aquelas pérolas que estão ocultas, seja no circuito ou no cinema ou no Netflix. Para esse filme o crítico é muito importante”, (RUSSO, 2016).

O fato de uma crítica cinematográfica circular na internet, disputando espaço com tantos outros portais e o fato de não estar publicada em um grande canal, para PHYSTON é algo extremamente positivo, pois permite uma maior liberdade editorial:

Relativamente livres das amarras do mercado editorial e das pressões da indústria do entretenimento, os críticos utilizaram a ferramentas da rede para estabelecer um diálogo direto com um público cinéfilo (cada vez mais informado e cada vez mais numeroso devido às possibilidades maiores de acesso) e com outros críticos. Se por um lado proliferam revistas mais comerciais e blogs amadores,..., por outro aparece um conjunto de sites no qual a crítica de cinema exercida tende a ser muito mais sofisticada e densa do que a crítica mainstream. (PHYSTON, 2013, p.78).

2.2 A crítica e o jornalismo cultural

Vamos voltar um pouco na história da crítica e entender sua relação com o jornalismo cultural, para entender melhor o papel do crítico na indústria do

² RUSSO, Francisco, 2016 em Entrevista concedida à autora.

entretenimento e mais recentemente do marketing digital feitos pelos grandes estúdios, especialmente para a internet.

Um marco na história da crítica e principalmente na história do jornalismo cultural é a criação da revista inglesa “The Spector” em 1711, idealizada por Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (1672-1729). A dupla tinha como missão tirar a filosofia dos gabinetes, academias e transferir os debates para os cafés, bares e ruas. A revista existiu por quatro anos e foi bem sucedida na sua proposta.

The Spector abordava diversos assuntos que faziam parte da rotina do homem moderno da cidade, que crescia vertiginosamente em pleno século XVIII, como por exemplo, moda, livros, óperas, teatro e a vida política dos cidadãos urbanos ingleses. Em outras palavras, a Spector – portanto o jornalismo cultural, de certo modo – nasceu na cidade e com a cidade... Sua ideia era de que o conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam. (PIZA, 2003, pág.12).

O jornalismo cultural inglês influenciou fortemente o movimento iluminista do século XVII e também a forma de pensar e se relacionar com a cultura de toda uma nação. O crítico como um propagador de ideias e valores é uma realidade nessa época. “Inicia-se graças ao poder multiplicador da imprensa, uma era de ouro do jornalismo europeu, tão influente na modernidade quanto às revoluções políticas, as descobertas científicas, a educação liberal ou o romance realista” (PIZA, 2003, pág.13).

Na primeira metade do século XIX, a crítica cultural e os ensaístas ganham ainda mais destaque e prestígio. Para ilustrar podemos citar nomes como John Ruskin (1819-1900), Marcel Proust (1871-1922), Charles Baudelaire (1821-1867), dentre outros. No mesmo período o jornalismo cultural chegava a América do Norte, fazendo surgir para o mundo nomes como Edgar Allan Poe (1809-1849) e Henry James (1834-1916). No Brasil, o jornalismo cultural floresce no final do século XIX com nomes de destaque como Machado de Assis (1839-1908), José Veríssimo (1857-1916), Silvio Romero (1851- 1914) e Araripe Jr. (1848- 1911). Machado de Assis foi um grande escritor, crítico, pensador da sociedade brasileira e dedicou-se a analisar o papel do crítico. Segundo Machado um bom crítico deve dedicar-se a conhecer muito bem a arte, ou objeto de análise, antes de escrever e priorizar sempre a imparcialidade e a sinceridade.

Estabelecei a crítica pensadora, sincera, perseverante, elevada – será esse o meio de reerguer os ânimos, promover os estímulos, guiar os estreantes, corrigir os talentos feitos; condenai o ódio, a camaradagem e a indiferença – as três chagas da crítica de hoje; ponde em lugar deles sinceridade, a solicitude e a justiça – e só assim teremos uma grande literatura. (MACHADO, *apud* BRAGA, 2001, p. 78).

O jornalista e escritor Daniel Piza em seu livro “Jornalismo Cultural”, aponta a figura do irlandês George Bernard Shaw (1856- 1950), como um criador de um novo jornalismo cultural na segunda metade do século XIX. Um jornalismo que cultural crítico que já não pode ignorar a realidade social que cerca o crítico. Shaw era jornalista, dramaturgo e ensaísta e ao longo da sua vida envolveu-se fortemente com as questões sociais e políticas da época, se posicionado contra a exploração da classe trabalhadora e a favor da igualdade de gêneros e pela reforma agrária. Ganhou prêmios como Prêmio Nobel de Literatura (1925) e um Oscar (1938). Todas essas experiências tiveram reflexo na obra de Shaw.

As críticas das artes saíram de seu circuito de marfim: Shaw as lançou no meio da arena social, exigindo que se comprometessem com as questões humanas vivas... O crítico cultural agora tinha que lidar com ideias e realidades, não apenas com formas e fantasias. (PIZA, 2003, pág.17).

A informação é a matéria prima do fazer jornalística (LAGE *apud* CARVALHO, 2013, p. 229), porém ao longo do tempo e do desenvolvimento do jornalismo cultural, o jornalismo opinativo cresce e cada vez mais promove o debate sobre a arte de seu tempo. Para ANCHIETA a principal característica do jornalismo cultural e opinativo é a reflexão que ele propõe para o leitor.

É a reflexividade que distingue, efetivamente, o jornalismo cultural de outras editoriais. Ou seja, enquanto o caderno de Economia, de Cidade, de Política, irá noticiar as práticas, o jornalismo cultural irá fazer uma reflexão sobre essas práticas em suas críticas e crônicas, o que fica claro quando observamos os gêneros textuais consagrados nessa editoria que são a crítica, a resenha e a crônica. Todas marcadas pela opinião e pelo posicionamento reflexivo sobre as práticas sociais (ANCHIETA *apud* CARVALHO, 2013, p. 232).

A crítica cinematográfica é uma das partes mais importantes do jornalismo cultural, porém precisou de tempo para ser reconhecida, da mesma forma que o cinema demorou a se estabelecer com arte, como veremos a seguir.

2.3 O crítico de cinema

O crítico de cinema nasce junto com o cinema no final do século XIX. Registramos e apontamos que em 1896, o jornalista Máximo Gorky publicou em um pequeno periódico chamado “Nizhegorodski listok”, sob o pseudônimo I. M. Pacatus, um relato de suas impressões sobre a película dos irmãos Lumière, exibida na cidade de Nizhni-Novgorod, na Rússia. “O texto, em primeira pessoa, é considerado a primeira peça crítica jornalística cinematográfica, pois além de descrever o que se viu na tela, o autor também emitiu juízo de valor sobre o resultado”, (BRAGA, 2001, p. 56).

O chamado primeiro cinema engloba películas produzidas aproximadamente entre os anos de 1894 e 1908. Também chamado cinema de atrações, possui características próprias ao modo de produção e exibição (COSTA *apud* LANDIN, 2008, p.3). Os filmes eram exibidos nos chamados *vaudeville* e nos *nickelodeons*, onde a exibição dividia espaço com outras atrações como teatro, música, circo, feiras de curiosidade e muito mais. Por isso há pouco registro de análises mais profundas dos filmes em si e mais a descrição do evento, além de impressões de quem escrevia sobre o filme, se ele recomendava ou não.

Os filmes eram vistos exclusivamente como um mero entretenimento, espetáculos da cultura de massa em oposição à alta cultura e, uma vez assim, desprezados pelos intelectuais. O lado ruim disso, diríamos, foi a carência de registros escritos e análises mais apuradas sobre os primeiros filmes, ficando no campo meramente da descrição do evento. (GOMES, 2006, p.1)

O cinema avança como arte. Podemos citar alguns nomes que mudaram a história do cinema e desenvolveram teorias e experimentos na área do audiovisual como, Vsevolod. Pudovkin, Béla Balázs, André Bazin, Edgar Morin e Serguéi Eisenstein, dentre outros. Não vamos nos aprofundar no trabalho desses pensadores, mas para pontuar o pioneirismo e a importância de alguns desses nomes, veja como XAVIER descreve alguns deles no seu livro “A experiência do cinema”:

O universo teórico de Eisenstein é referência ímpar nesse século, não havendo reflexão sobre cinema que se iguale à sua amplitude de pensamento, no fôlego de argumentação e na riqueza de propostas. Vertov não é só uma figura-eixo em qualquer discussão sobre documentário; seu trabalho tem se constituído em referência

obrigatória nas considerações sobre cinema reflexivo. Na França, antes de André Bazin, o cinema de *avant-garde* e o surrealismo constituem os polos alimentadores do debate sobre cinema em geral. (XAVIER, 1983, p. 13)

E à medida que o cinema desenvolve uma linguagem e é reconhecido como arte, a crítica cinematográfica avança também. Muitos enfoques usados nas críticas literárias foram transferidos para a prática na análise fílmica como, por exemplo, “estudos dos mitos, das abordagens psicanalíticas, marxistas ou estruturalistas que transformou um filme num “texto” pronto para ser dissecado” (GOMES, 2006, p.1).

Após a Segunda Guerra há um crescimento de publicações voltadas para o debate da sétima arte. Na Inglaterra podemos citar as revistas *Screen*, *Sequence*, *Sight and sound* e *Movie*. Nos EUA destacamos *Film quartely*, *Film culture* e *Artforum*. E na França surgiam *Positif*, *Cinéthique* e *Cahiers du cinema*. Esta última uma referência mundial quando o assunto é crítica cinematográfica. A revista foi fundada pela já citado André Bazin e também Jacques Doniol-Valcroze e Joseph-Marie Lo Duca. Dentre os colaboradores estão nomes como Jacques Rivette, Claude Chabrol, François Truffaut e diretor de cinema e crítico Jean-Luc Godard. Este último estampa o layout do site e da fanpage (Facebook) do projeto “Cinema e Crítica”, como uma homenagem ao diretor francês, que produziu textos marcantes.

A história do cinema teve várias fases como o primeiro cinema, as vanguardas, expressionismo alemão, impressionismo francês, star system, etc. e em cada um deles a crítica se adaptou. A crítica esteve presente em toda a história do cinema e teve seu papel, tanto de informar, orientar, como o papel de colaborar com o marketing das distribuidoras e ajudar a lotar as salas de cinema.

A indústria sempre teve uma relação muito próxima com a prática da crítica. A popularização dos sites e blogs sobre cinema não passaram despercebidos aos olhos das grandes distribuidoras. Eles definitivamente mudaram o cenário do discurso do cinéfilo. Portais de todos os tamanhos e audiências são convidados a participar das cabines, exposições para a imprensa que acontecem antes dos filmes estrearem.

Se em um primeiro momento o cinema sentiu um esvaziamento de seu público, que muitas vezes preferiu ver online (de forma legal ou não), do que ir ao cinema, com o crescimento e a força das redes sociais, o público voltou a lotar os cinemas.

E mais do que assistir, o espectador é convidado a se relacionar com o filme e com os fãs daquele filme, através das redes sociais e os críticos que atuam nas redes

sociais tem papel de destaque nesse processo. “Comunidades online são para os consumidores de cinema doméstico aquilo que os cineclubes foram para quem ia ao cinema” (PACHECO, 2012, p. 358).

Pacheco ainda destaca que os debates online em torno de um filme de menor orçamento ou mesmo um blockbuster, feitos de forma espontânea, é algo que os profissionais do marketing mais desejam. Algo que não pode ser comprado, apenas incentivado. Este fenômeno é um dos pontos que a pesquisa pretende responder através das entrevistas realizadas e publicadas no site <http://www.cinemaecritica.com.br/>.

No próximo capítulo do trabalho, temos os detalhes da produção, gravação e edição de todas as entrevistas feitas para o “Cinema e Crítica” e publicadas no canal do YouTube – Cinema e Crítica. Conversas, que foram muito esclarecedoras sobre temas como o papel do crítico na internet, como se relacionar, extrair o melhor das redes sociais e as características de um bom crítico.

3 RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

A decisão por um projeto prático, apresentado na forma do site/portal multimídia www.cinemaecritica.com.br, nasceu da vontade de ampliar o debate sobre a produção da crítica cinematográfica realizada na internet, utilizando-se da própria rede para tal e principalmente, o desejo de disponibilizar para acadêmicos e sociedade, uma pesquisa produzida dentro da universidade com um formato diferente do de um trabalho científico. Uma pesquisa que além de estar acessível na internet, recebe comentários e críticas enquanto se desenvolve.

Escolhi o objeto da pesquisa por me identificar profundamente com o tema, além de acumular alguma experiência como crítica cinematográfica em sites e portais como, por exemplo, Cinema na Rede (2011), CinePop (2012), além de um blog pessoal chamado Jacaré Doméstico (2009 até 2012) e ter atuado como produtora de um programa de rádio sobre cinema (2015).

Sempre me interessei pela sétima arte, um hábito que me acompanha desde a infância, então lia algumas revista e colunas sobre o tema. Porém muitas dessas publicações enfrentaram diversos problemas e acabaram assim como a Revista SET e mais recentemente a revista Bravo, que falava de cultura de uma forma mais ampla e possuía excelentes matérias sobre filmes e diretores de cinema.

Além disso, com a crise que o jornalismo enfrenta há alguns anos, redações sofreram cortes, principalmente na editoria cultura. Seções ícones sobre cinema, como o Bonequinho Viú, resistem. O Bonequinho Viú já encontrou na internet uma forma de cativar e captar ainda mais leitores, que hoje já não procuram jornais e revistas para se aprofundar e se informar sobre nos filmes e filmografias. Jornais, em sua grande maioria, são pautados pelos lançamentos da semana, já os portais exploram diversas pautas. E os números relacionados ao surgimento desses portais sobre cinema, muitos feitos por admiradores do cinema e não profissionais da área, não param de aumentar.

A criação do portal “Cinema e Crítica” passou por diversas etapas e muitas aconteceram simultaneamente ao longo do trabalho: pesquisa bibliográfica, mapeamento de sites e canais sobre cinema, *brainstorming* para escolha do nome, compra de domínio hospedagem para o site, escolha de layout e implementação do site/portal, entrevistas com especialistas em áudio e vídeo, edição do material coletado, publicação (postagem) no portal, criação de redes sociais para a divulgação do material

produzido e posterior mapeamento do alcance e repercussão da pesquisa junto aos internautas.

3.1 Mapeamento

Como cinéfila e usuária da internet para me informar justamente sobre as últimas novidades e debates sobre a sétima arte, não foi difícil identificar sites, portais e especialistas que escrevem sobre o tema. A maior dificuldade foi selecionar os portal seria relevante, pois em sua grande maioria, os sites são muito parecidos na essência, linguagem, linha editorial e até mesmo *layout*.

Optei por começar pelos veículos e portais que possuem mais seguidores e admiradores nas redes sociais e alegam ter um grande número de leitores, ou seja, maior audiência. Tais informações, números de leitores e seguidores, foram coletadas nos próprios sites, principalmente na seção “Quem somos” e mídias kits disponíveis em alguns portais. Foram analisados também números de seguidores e curtidores das redes sociais de cada portal. Privilegiei portais que possuem maior número de seguidores e interações, que significa ter mais conversas e trocas online entre o portal e o leitor. Acompanhei os portais diariamente durante um mês para analisar se tal diálogo existia.

Outro fator determinante foi uma curiosidade, ou coincidência. 80% dos portais e sites sobre cinema nasceram de uma ação entre amigos, que pouco ou nada entendiam da linguagem da internet e das redes sociais. Um fenômeno definido de forma bem pessimista por Andrew Keen como o “culto do amador”. Optei por privilegiar pessoas que começaram sem conhecimento de crítica ou da linguagem adequada para a internet. O “culto do amador” corresponde, em parte, a realidade das notícias e matérias sobre cinema que hoje circulam na internet.

A mídia antiga está ameaçada de extinção. Mas, nesse caso o que tomará seu lugar? Ao que tudo indica, senão os novos e incrementados mecanismo de buscas, os sites das redes sociais e os portais de vídeos na internet.... Os macacos assumem o comando. Diga adeus aos especialistas e guardiões da cultura de hoje – nossos repórteres, nossos âncoras, editores, gravadoras e estúdios de cinema de Hollywood. No atual culto do amador, os macacos é quem dirigem o espetáculo. Com suas infinitas máquinas de escrever, estão escrevendo o futuro. E talvez não gostemos do que ele diz. (KEEN, 2009, p.14)

Porém não só com textos de amadores e aventureiros os portais sobre cinema são construídos. Diversos críticos e jornalistas profissionais que escrevem há muitos anos sobre o tema, devido à perda de espaço nas mídias impressas, comentadas no capítulo anterior, resolveram galgar seu lugar ao sol na internet. E é extremamente interessante observar os diversos caminhos que alguns críticos fizeram.

Marcelo Janot, jornalista e crítico de cinema que escreveu em jornais como o Jornal do Brasil, O Globo, O Dia, além de apresentar pílulas sobre cinema no canal de televisão a cabo Telecine, é responsável pelo portal “Críticos.com”. No ar desde junho de 2002, colaboram com o portal críticos renomados como Carlos Alberto Mattos, Daniel Schenker e Luiz Fernando Gallego. Apesar deste *dream team*, o portal não é atualizado com frequência e possui menos de 5.000 seguidores no Facebook. Para se ter uma ideia do que este número significa, o site “Adoro Cinema”, o maior site sobre o tema atualmente, o portal contabiliza, até o fechamento deste trabalho, mais de 5 milhões de seguidores, segundo dados coletados em entrevista com Francisco Russo, diretor do portal para essa pesquisa.

Já o jornalista Roberto Sadovski possui outra forma de se comunicar nas redes sociais. Ele possui uma ampla experiência na área da crítica cinematográfica e por mais de uma década, comandou a revista sobre cinema “SET”, talvez a principal revista brasileira sobre cinema nos anos 90. Ainda colaborou com a revista inglesa “Empire”, além das revistas “Playboy”, “GQ”, “Monet”, “VIP” e “BillBoard”. Hoje Roberto, além de escrever para o portal UOL, possui o divertidíssimo canal no YouTube chamado “Nerdovski”, com mais de 29.000 mil inscritos e mais de 10 mil seguidores no Facebook. O jornalista soube unir experiência e jogo de cintura para ganhar espaço na internet e conquistar novos admiradores do seu trabalho.

Chegamos ao total de 20 sites mapeados: endereços eletrônicos, biografia do portal, canais de comunicação e números de seguidores nas redes sociais, seguindo de uma breve análise desses dados. Este mapeamento durou aproximadamente 40 dias para que chegasse ao atual resultado e foi necessária uma rotina de acompanhamento das redes sociais dos portais para avaliar a interação com a audiência.

Ao longo das entrevistas alguns portais e canais foram acrescentados à tabela. Foi necessário interromper a pesquisa de portais em um dado momento, pois o número é infinitamente maior do que o apresentado na tabela apresentada ao final desse sub item.

O número de portais continua a crescer. Para ilustrar esta afirmação, no dia 11 de maio de 2016, digitei no buscador Google o seguinte termo: crítica Guerra Civil. O

filme é considerado um *blockbuster* e estava em cartaz na época da pesquisa. O Google apresentou 1.380.000 resultados (0,50 segundos). Quanto mais respostas em mais tempo, significa que existem muitos resultados disponíveis para as palavras chave pesquisadas. Outro exemplo, é a busca pelas palavras chave: crítica A Assassina. A pesquisa foi feita na mesma data citada da pesquisa anterior e o resultado da Google foi 496.000 resultados (0,36 segundos). O filme A Assassina ganhou o prêmio de melhor diretor no Festival de Cannes de 2015. Considerado por muitos uma obra *cult*, o filme é de origem japonesa, o que pressupõe uma menor audiência. Mesmo assim, a busca pelo termo teve um resultado foi bastante expressivo de críticas na internet. A pesquisa relatada acima se refere aos portais na língua portuguesa (BRA) apenas. Caso a pesquisa contemplasse sites em outras línguas, o resultado teria um número ainda maior de resultados. Segue a tabela com os dados coletados.

Portal	História	Observações	Número de seguidores
Adoro Cinema	Lançado em 2000, era um hobby entre amigos que sempre prezaram a qualidade do conteúdo e assim alcançaram credibilidade. Em 2001, a 1º reformulação visual do site. Em 2003, eleito um dos três melhores sites de cinema (júri oficial) e em 2005 (júri popular). Em 2003 fecha parceria com o portal Cidade Internet, do grupo argentino Clarín até o ano de 2007. Hoje possui em média 6,1 milhões de visitantes únicos por mês e mais de 600 mil usuários cadastrados no site.	O usuário entra e constrói sua própria página do Adoro Cinema, com interações similares com as redes sociais conhecidas e interface que preza o humor.	Facebook: 4.854.712 Twitter: 91,6 mil Instagram: 419 mil YouTube: 1.125

Cinema em Cena	Site existe há 18 anos e é comandado por Pablo Vilaça. Fundação em 14 de outubro de 1997.	Possui o Clube Cinema em Cena, área destinada a assinantes que podem ter aulas exclusivas sobre cinema com Pablo Vilaça e brindes de filmes.	Facebook: 45.112 Twitter: 56,8 mil Instagram: 2.552 YouTube: 25.663
CinePop	O site começou como um hobby quando Renato tinha apenas 14 anos. Foram anos de dedicação até que o portal pudesse se tornar sua principal fonte de renda.	O principal objetivo do site é discutir o cinema pipoca, blockbuster.	Facebook: 224.090 Twitter: 7.017 Instagram: 7.307 YouTube: 5.650
Ilustrada/Cinema	O jornal Folha de São Paulo existe há 95 anos e seu portal entrou no ar em 2011.	Possui a força de ser parte da Folha de São Paulo, porém pouco inova nas redes sociais apesar de usar vídeos nas matérias.	Facebook: 134.160 Twitter: 14,2 mil Instagram: 3.700 YouTube: 102.635
Omelete	Site criado por Érico Borgo (crítico de cinema e designer gráfico), Marcelo Forlani (crítico de cinema e relações públicas) e Marcelo Hessel (crítico de cinema e jornalista) e com conteúdo inicialmente voltado aos fãs de quadrinhos, cresceu e hoje aborda a cultura pop e geek em geral com críticas e artigos sobre séries, cinema, games, música e até mesmo esporte.	Oferece para os internautas o Omelete Club. A pessoa assina e recebe todo mês um box surpresa com diversos brindes, como camisas, chaveiros, canecas, etc.	Facebook: 1.589.542 Twitter: 340 mil Instagram: 259 mil YouTube: 1.127.39
Cineplayers	O Cineplayers se define como um dos principais sites de cinema do Brasil. Certamente o com a equipe mais apaixonada, que realmente ama o cinema. Aproveite nossa comunidade no Facebook e interaja com os leitores do site.	Possui uma área exclusiva de interação.	Facebook: 24.581 Twitter: 4.112 Instagram: 30 Google +: 83

Cinema com Rapadura	O portal tem como objetivo trazer as estreias da semana, as novidades, acompanhar futuras produções, criticar os lançamentos e se atualizar com o que está rolando no mundo do cinema. O site existe há 12 anos e informa que não acredita que crítica é algo apenas para profissionais.	RapaduraCast (RC) é um programa de áudio onde reunimos nossa equipe para discutir um tema de forma divertida, informativa, sincera e polêmica. O programa semanal é um sucesso de público e gera bastante discussão. Criado em 2006.	Facebook: 88.588 Twitter: 32,5 mil Instagram: 30 mil
Cinema na Rede	Cinema na Rede é um site especializado em resenhas críticas dos principais lançamentos do cinema (antes mesmo das estreias), oferecendo leituras baseadas em experiências e referências cinematográficas.	Site apresenta críticas e nada mais. Existem alguns vídeos antigos, mas basicamente é construído de textos.	Facebook: 3.250 Twitter: 6.003
Devo tudo ao cinema	Octávio se desdobra em todas as funções para manter o site no ar há mais de 5 anos. Escritor, Crítico de Cinema, Ator, Produtor, Roteirista, Cineasta, Publicitário e Jornalista.	Site apresenta suas críticas em formato de texto apenas, poder explorar melhor outras plataformas.	Facebook: 1.641
Observatório do Cinema	É um site de informação e opinião sobre Cinema e Séries, lançado em 29 de janeiro de 2015. Possui média de 40 mil visitas únicas por dia. Não existe informação disponível sobre início do projeto.	Apresenta boa parte do seu conteúdo em texto e imagem, explorando poucas outras possibilidades.	Facebook: 22.841 Twitter: 1.449 YouTube: 345 Google +: 55
Plano Crítico	O site se apresenta como um portal de conteúdo diferenciado, pois prima pela qualidade. Possui textos sobre cinema, quadrinhos, literatura, etc. e possui colaboradores em todo o Brasil.	Textos muito bem escritos, porém inova pouco nas redes sociais.	Facebook: 10.188 Instagram: 14 mil

Filmes do Chico	A página traz resenhas de filmes em cartaz, coberturas de mostras e festivais de cinema e listas e mais listas de melhores e piores no mundo dos filmes. Chico Fireman é jornalista, formado pela Universidade Federal de Alagoas, radicado em São Paulo. Mantém o blog Filmes do Chico desde 2003. A página já esteve ligada ao Interney Blogs, Yahoo! Posts, iG, R7 e atualmente faz parte dos blogs de cinema do Uol.	O texto de altíssima qualidade cativa os leitores e fãs do site.	Facebook: 18.329 Twitter: 3,162 Instagram: 688 YouTube: 53 Google +: 25
Revista Cinética	A revista eletrônica Cinética foi criada pelos críticos Cléber Eduardo, Eduardo Valente e Felipe Bragança no início de 2006. A partir de origens e trajetórias distintas, os três tinham em comum uma longa experiência com a crítica cinematográfica na internet, desenvolvida na revista eletrônica Contracampo.	As críticas são extremamente bem escritas com análise profunda. Porém o site raramente é atualizado e é de difícil navegação. O que pode explicar a baixa audiência nas redes sociais, apesar da qualidade de texto impecável.	Facebook: 8.862 Twitter: 8.754
Pipoca Moderna	Site de cinema e séries, críticas de filmes, notícias, trailers, etc., editado por Marcel Plasse, criador da revista Set.	O site faz parte do grupo R7 e é bem escrito e está sendo constantemente atualizado, porém inova pouco nas redes sociais.	Facebook: 26.339 Twitter: 3.623
Cinema2Manos	Blog sobre cinema e cultura pop que fala a língua do povo. Conteúdo administrado pela dupla Caio César e Renato Furtado. Criado em 2016, nasceu da vontade da dupla de falar sobre cinema sem frescura.	Site de excelentes críticas que deve explorar mais outras formas de interação nas redes sociais.	Facebook: 8.862 Twitter: 2.287 Instagram: 1.231 YouTube: 53 Google +: 25

Blah Cultural	Wilson Spiler é idealizador do site sobre cultural. Hoje possui diversos colaboradores, dentre eles o crítico Bruno Giacobbo, que escreve desde 2003.	O site fala de cultura em geral e está bem atualizado, porém seu layout precisa ser reformulado para melhor se comunicar com os leitores. Há pouca interação nas redes sociais.	Facebook: 7.578 Twitter: 2.222 Instagram: 1.231 YouTube: 53 Google +: 25
Cabine Cultural	O Cabine Cultural.com é um site de notícias e jornalismo cultural brasileiro com grande enfoque em crítica de arte e cobertura de eventos.	O site faz parte do grupo O Povo online, porém tem baixa audiência e seguidores. Há poucas informações no site e redes que explique o motivo, que merece ser melhor investigado.	Facebook: 3.005 Twitter: 456 Instagram: 73
Ccine 10	Críticas, trailer, artigos, listas, cenas inesquecíveis do cinema, Dicas de trilha sonoras, promoções.	Site bem atualizado e com conteúdo interessante e que explora bem vídeos.	Facebook: 3.005 Twitter: 1.277 Instagram: 2.677 YouTube: 344
Cinemação	O Cinem(ação) nasceu em Fevereiro de 2010, com o propósito de ser um canal de entretenimento voltado para o cinema. A ideia do canal é transmitir notícias, análises, críticas e trailers.	Possui um canal com diversos podcast e uma boa audiência no YouTube, porém não interage bem no Facebook. Conteúdo do site é excelente.	Facebook: 6.809 Twitter: 19.320 Instagram: 1.231 YouTube: 2.315 Google +: 51 SoundCloud: 796

3.2 Site

A primeira etapa para a criação do site foi a escolha do nome do projeto, que segundo LEMOS (2010) deve ser de rápida memorização e deixar claro o tema tratado nos textos, além disso, deve ser de fácil digitação. Optei pela URL Cinema e Crítica pela sua simplicidade e por transmitir de forma direta qual tema está contida no portal.

Após consulta se o endereço www.cinemaecritica.com.br estava disponível para uso, registrei em meu e iniciei o processo burocrático de compra de domínio e

hospedagem para o site. O registro é a URL propriamente a compra do nome e a hospedagem é o servidor do seu site, o local onde todos os dados do site estarão contidos na nuvem. Contratei ambos os serviços pelo período de um ano na empresa Hostgator.

O fotógrafo e designer Mike Will, parceiro da pesquisa, desenvolveu de forma gratuita o layout do “Cinema e Crítica”. Optamos pela plataforma Wordpress para administração do site. Esta plataforma é uma das mais usadas em todo o mundo e é de navegação intuitiva, o que facilita o acesso de pessoas que pouco entendem de administração de sites e permitem que elas possam alimentar seus portais de forma independente, sem precisar de um outro profissional.

Segundo WILLIAMS (1994), existe quatro princípios básicos para que um site seja considerado pleno e de qualidade do ponto de vista do designer. São eles: contraste, repetição, alinhamento e proximidade. Procuramos equilibrar estes pontos, usando um layout pré-pronto e gratuito, disponível na plataforma Wordpress, que atendesse da melhor forma a essência do projeto. Um layout pago possui muito mais funcionalidades e recursos, porém por uma questão de verba, optei pela presente identidade visual.

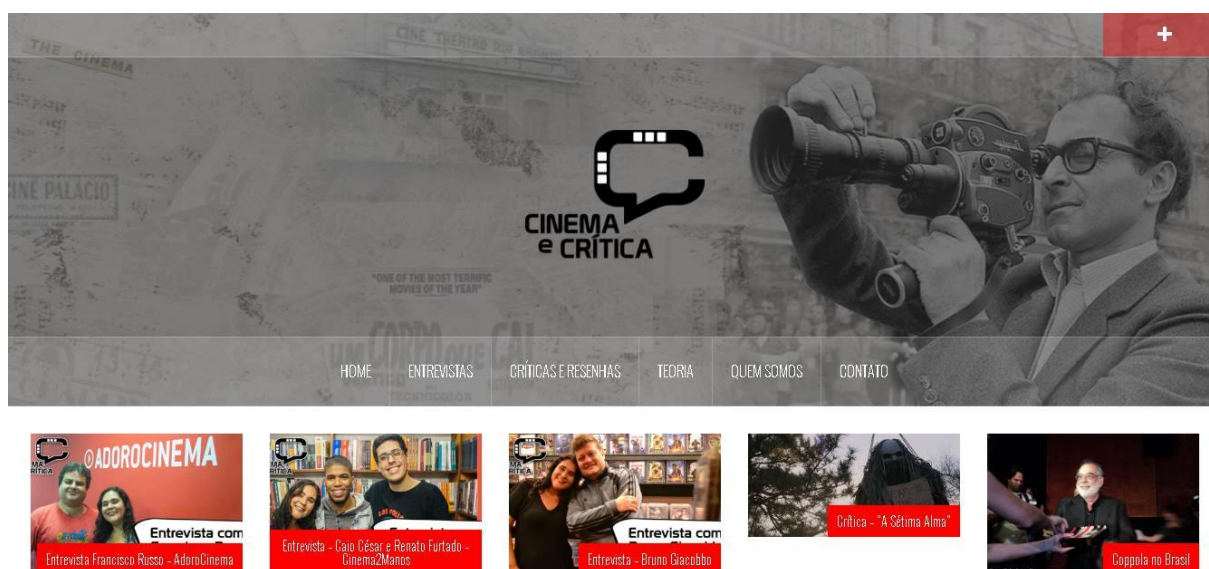
O princípio do contraste consiste em evitar que elementos iguais se repitam ou que alguma informação fique sem o devido destaque. No caso do site é necessário que alguns elementos se repitam respeitando o princípio da repetição, que cria uma familiaridade no leitor, ajudando-o a entender que está navegando no mesmo site. A forma encontrada de equilibrar os dois princípios foi investindo em cores simples e forte nos logos e elementos gráficos e o usar de fotos dos entrevistados e dos filmes citados (repetição), como por exemplo balão de diálogo nas fotos com os entrevistados como indica a figura abaixo:



Nenhum elemento deve ser colocado aleatoriamente no site, segundo o princípio do alinhamento, por isso estudamos a arquitetura da informação de diversos sites até optar pelo layout final. A escolha da ordem dos itens do menu também seguem as orientações do alinhamento.

A leitura de um site é um dos itens mais importantes, segundo o princípio da legibilidade. A fonte do layout que escolhemos é pré-definida pelo Wordpress e não pode ser alterada. Por isso nos preocupamos em seguir outras características da legibilidade aplicadas à internet como: não alinhar o texto, o que facilita a leitura no monitor e fazer uso de sentenças e títulos menores.

Para a logo, optamos por explorar o formato da letra c e também a imagem que lembra um balão de conversa, com alguns detalhes que remetem a película de filmes, como pode ser observado na imagem abaixo.



Para completar, escolhemos a imagem de Jean-Luc Godard para representar os temas cinema e crítica, pois o famoso diretor francês é conhecido não só pelos seus filmes, mas também pelas suas críticas e textos publicados na revista “Cahiers du Cinéma”. A publicação é uma referência mundial quando falamos de crítica cinematográfica. Foi fundada em 1951 por André Bazin, Jacques Doniol-Valcroze e Joseph-Marie Lo Duca e ainda hoje é publicada na França e possui site e perfil nas redes sociais.

Optei por categorizar as informações do site em “Home”, “Entrevistas”, “Teoria”, “Quem Somos” e “Contato”. A aba “Home” é para o internauta voltar à página

inicial, item padrão de qualquer site. Na aba entrevistas estão todo o material coletado ao longo da pesquisa. Na aba “Teoria” estão os capítulos do trabalho escrito e apresentado para a banca, além de um arquivo no formato PDF para download e leitura. No item “Quem Somos” acrescentei uma breve descrição do projeto e dos envolvidos e finalmente a aba contato existe para facilitar a interação com a audiência.

O processo de desenvolvimento e implementação do site foi feito em uma semana e sofreu alguns ajustes até o fechamento do trabalho.

3.3 As entrevistas

As entrevistas foram sem dúvida, uns dos momentos mais ricos e estimulantes da pesquisa. Como jornalista procuro sempre ouvir meus entrevistados de forma plena, sem preconceitos e me colocando dentro de sua realidade. Após ler textos e artigos sobre críticas e por muito tempo também escrever resenhas, procurei ser imparcial. Além disso, me preocupei em conhecer a história de vida de cada entrevistado, não só sua profissão. Seguindo os ensinamentos do jornalista Ricardo Kotcho, de que cada história é singular: “Por isso não existe fórmulas científicas no jornalismo, especialmente na reportagem: cada história é única, e merece um tratamento único” (KOTCHO, 1989, p. 14).

Fiz diversos contatos com portais considerados grandes veículos de comunicação e com outros de menor audiência. Em sua grande maioria, foram receptivos a ideia de gravar um vídeo sobre o assunto. Registrei entrevistas em áudio, apenas quando era impossível, por questões de agenda e geografia, não estar pessoalmente com a fonte. Infelizmente não pude conversar todos os críticos que mapeei, pois muitos não responderam ao meu convite e em outros casos não foi possível agendar uma conversa dentro antes do prazo de entrega do trabalho final. Esta é uma dificuldade natural de todo pesquisador que opta pelo caminho da coleta de depoimentos para seu trabalho.

Foram realizadas 6 entrevistas com críticos que representam bem o universo que pretendo abordar. Contemplei diversos tipos de críticos, profissionais e não profissionais. Alguns com décadas de trabalho e outros que escrevem há pouco tempo. Optei por abordar questões parecidas para todos, objetivando analisar respostas diferentes para as mesmas questões. Indaguei sobre o papel do crítico, sua relevância, a comunicação do crítico com o público, como o entrevistado entendia a enorme concorrência na internet, dentre outras questões. Segue o perfil dos entrevistados:

- 1) Bruno Giacobbo³ – jornalista, historiador, atualmente é coordenador do departamento de esportes da rádio Tupi. Cinéfilo, escreve no blog Blah Cultural, como colaborador, há mais de dois anos. Durante a entrevista levantou um ponto interessante sobre o que ele considera um crítico profissional:

Em tese o crítico profissional, o parâmetro mais óbvio para qualquer pessoa, seria aquele que recebe. Então se a gente for tomar esse critério do que é um crítico profissional, eu vou te falar que 1% dos críticos brasileiros hoje, são profissionais. E alguns, nem vivem. Eles recebem pelo trabalho, mas tem uma segunda profissão. Tem crítico que é DJ, por exemplo. Então eu acho que esse não deve ser um parâmetro. Eu diria que um crítico profissional é aquele que independente de receber ou não pelo seu trabalho, leva o trabalho a sério. Eu acho muito importante um crítico ser um estudioso do cinema. Acho que em qualquer profissão você tem que estar se atualizando, estudando, senão você acaba ficando para trás. No cinema, no mundo da arte, o crítico de cinema tem que estudar muito. (GIACOBBO, 2016)

- 2) Caio César⁴ – estudante de Rádio e TV na Escola de Comunicação da UFRJ, idealizou e apresentou por quase um ano o programa CinebutEco, sobre cinema na web rádio da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atualmente escreve no site Cinema2Manos e trabalha na redação do site Adoro Cinema. Também mantém um canal de vídeos no YouTube chamado CaioTube, onde aborda diversos temas do cotidiano, sempre com bom humor.
- 3) Renato Furtado⁵ - estudante de Rádio e TV na Escola de Comunicação da UFRJ, também é um dos idealizadores do programa CinebutEco, citado acima. Escreve críticas no portal Cinema2Manos e trabalha na redação do Adoro Cinema. Também bolsista em pesquisas acadêmicas na área do audiovisual. Renato, durante a entrevista, aponta o que para ele é a principal diferença entre a crítica feita nos grandes veículos e os textos que circulam na internet:

Eu acho que a principal diferença entre uma coisa e outra é o fato de uma coisa ser crítica e outra coisa ser resenha. A crítica é uma coisa mais formal, não impessoal, mas você não coloca tanto uma opinião, um eu acho, eu penso. Eu, por exemplo, tento ir para esse lado. Mas não profundar tanto que as pessoas não entendam, por que eu quero

³ Entrevista disponível no link: <http://www.cinemaecritica.com.br/2016/05/30/entrevista-bruno-giacobbo/>

⁴ Entrevista disponível no link: <http://www.cinemaecritica.com.br/2016/06/04/entrevista-caio-cesar-e-renato-furtado-cinema2manos/>

⁵ Entrevista disponível no link: <http://www.cinemaecritica.com.br/2016/06/04/entrevista-caio-cesar-e-renato-furtado-cinema2manos/>

comunicar. Eu tendo a ir mais para o lado da crítica. Mas eu acho que essa é a principal diferença entre os veículos. Eles fazem mais o que a gente chama de crítica e os blogs e outras coisas, fazem resenha, que é uma opinião pessoal, uma coisa mais informal. (FURTADO, 2016).

- 4) Francisco Russo – editor chefe do site Adoro Cinema, considerado o maior portal de críticas do Brasil atualmente. Uma iniciativa que começou na casa de um dos sócios fundadores apenas como um hobby. Francisco é formado na área de TI e ao longo de mais de uma década dentro da redação do Adoro Cinema, foi se especializando e aprimorando seu texto crítico.
- 5) Octávio Caruso⁶ – escreve no site Devo Tudo ao Cinema e publicou um livro com o mesmo nome. Atua como crítico há mais de 6 anos e é formado em Propaganda e Marketing. Começou a escrever apenas como um hobby e uma forma de superar a timidez e o bullying que sofria na época da adolescência.
- 6) Renato Marafon⁷ – autor e fundador do site CinePop. Renato começou o portal quando tinha apenas 14 anos e hoje, 14 anos depois, o CinePop é um dos principais portais do Brasil com notícias e críticas sobre cinema, inclusive cobrindo eventos e festivais internacionais. Renato foi se especializando a medida que o portal crescia e conta que demorou muitos anos para que pudesse fazer da crítica, a sua principal fonte de renda.

Optei por ir até o local mais confortável para o entrevistado e em alguns casos, tive que pedir autorização para realizar a gravação, como na entrevista com Bruno Giacobbo, filmada dentro da Livraria Cultura, localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro. A única entrevista realizada por telefone foi com Renato Marafon, responsável pelo CinePop, que mora no interior de São Paulo. A entrevista com Francisco Russo foi realizada dentro da redação do Adoro Cinema e foi excelente e muito rico conhecer a redação de um grande portal. A conversa com a dupla do portal Cinema2Manos, Renato Furtado e Caio César, aconteceu dentro da Livraria Universo, no campus da UFRJ na Praia Vermelha e finalmente a entrevista com Octávio Caruso foi realizada na residência do mesmo, no mesmo local onde ele filma os vídeos para o seu portal Devo Tudo ao Cinema. A gravação de cada entrevista durou em média 2 horas.

⁶ Entrevista disponível no link: <http://www.cinemaecritica.com.br/2016/07/17/entrevista-octavio-caruso-devo-tudo-ao-cinema/>

⁷ Entrevista disponível no link: <http://www.cinemaecritica.com.br/2016/07/18/entrevista-renato-marafon-cinepop/>

Antes de me encontrar pessoalmente para a entrevista, conversei com todas as fontes para conhecer melhor a história de cada e a sua relação com o cinema e com a crítica. Conversamos na maioria das vezes através das redes sociais e aplicativos como o WhatsApp, o que nos aproximou. Conversamos sobre a vida pessoal, profissional e trocamos muitas dicas sobre filmes.

Levei as perguntas anotadas em um bloco para os encontros. Para cada entrevistado fiz perguntas específicas, mas alguns questionamentos, repeti para todos objetivando comparar as respostas. Perguntei sobre o início da profissão, relação e comunicação na internet e redes sociais e sobre a grande quantidade de sites que existem sobre o mesmo tema.

Na hora da filmagem tive o auxílio do fotógrafo Mike Will, que não é cinegrafista profissional e colaborou com o projeto. Ele utilizou uma câmera Nikon D3100, que é mais indicada para fotografia, por isso tem algumas limitações. O equipamento suportava tomadas de 10 minutos e o som não era claro. Resolvermos a questão parando a cada 10 minutos, com a sinalização de Mike. Gravei toda a entrevista em um gravador digital de mão da marca Sony e no momento da edição sincronizei áudio e vídeo.

Acredito que mesmo diante de tantas limitações de equipamentos e a falta de profissionais para executar as filmagens, o resultado final é bem satisfatório para a proposta. Analisando o resultado final, vejo que superamos todas as dificuldades de forma positiva e apresentamos um resultado final satisfatório.

3.4 Edição

Fui responsável pela edição e finalização de todas as gravações, porém não tenho conhecimento profundo de edição. Utilizei o programa de edição Adobe Premiere em todas as edições.

Cada edição levou em média 4 horas com as seguintes etapas: decupagem, sincronização de áudio, edição em si e seleção de cenas para abertura e da vinheta de encerramento. Levei 8 dias para editar e finalizar todo o material.

Não criei roteiro para a edição. Fui cortando e editando na própria timeline do programa. Como realizava as edições logo após as entrevistas, o material estava vivo em minha memória. Outro fator que facilitou a edição é que pouco cortei da fala dos entrevistados, preferi deixar bem próximo do original.

Publiquei os vídeo no canal do YouTube, criando para o projeto, e este link foi incorporado ao texto dentro do site. Ao realizar esta operação, a plataforma Wordpress incorpora o vídeo que pode ser assistido no próprio site ou no canal da rede social YouTube, a escolha do internauta.

3.5 Redes Sociais e Divulgação

Em um mundo globalizado as redes sociais assumem um importante papel na internet. As redes sociais são palco de discussões, debates e também umas das principais fontes de informação para os brasileiros atualmente. Segundo a pesquisa "Futuro Digital em Foco Brasil 2015" (Digital Future Focus Brazil 2015) e divulgada pela consultoria ComScore, aponta que os brasileiros são líderes no tempo que passam nas redes sociais. A média do brasileiro é 60% maior do que a de todos os países pesquisados. Um número impressionante.

Pelos dados apresentados acima, fica claro a importância que as redes sociais têm para o projeto. Criei para o Cinema e Crítica as seguintes redes sociais: Facebook (<https://www.facebook.com/cinemaecritica/>), Instagram (@_cinemaecritica) e YouTube (Cinema e Crítica), porém ao longo do projeto só utilizei o Facebook e o YouTube. Após analisar mais atentamente o cronograma de atividades do projeto, concluí que não haveria tempo suficiente para marcar uma presença digital forte no Instagram, pois cada rede tem sua linguagem própria e abordagem adequada e precisa de um tempo para se estabelecer. Segundo CIPRIANI (2011) existe um “paradoxo das redes sociais”, pois as informações não se propagam tão facilmente como muitos pensam e o usuário depende de uma lista de fatores para adotar uma novidade como, por exemplo:

Vantagens de adotar a novidade; compatibilidade da inovação com a necessidade atual e experiências anteriores de usuários; complexidade para entender as características da inovação e como explorá-la; viabilidade para experimentar antes de comprar a ideia e visibilidade dos impactos e resultados da inovação perante os outros. (CIPRIANI, 2011, p.18)

No presente trabalho pontuo como novidade, todo serviço, produto ou mesmo um portal de comunicação. As pessoas e empresas tendem a ver: “as mídias sociais meramente como uma mídia e não como uma plataforma de relacionamento, diálogo e conversação de mercado” (CIPRIANI, 2011, p.19). Esta afirmação justifica o fracasso

de muitos portais, canais e divulgações na internet, que necessitam ampliar e adequar seu discurso à rede social escolhida para divulgação.

A rede social que se mostrou mais eficiente para a divulgação do projeto “Cinema e Crítica” foi o Facebook. A fanpage teve um crescimento considerável em pouco tempo, com interação satisfatória. Grupos de discussão que existem dentro do Facebook sobre cinema, também foram importantes ferramentas para divulgação dos post do blog. Caso o projeto continue, pretendo desenvolver adequadamente as demais redes sociais.



4 CONCLUSÃO

A transformação na transmissão de informação ocorrida com a popularização da internet trouxe profundas mudanças para grandes veículos de comunicação e para os jornalistas. A editoria de cultura foi uma das mais impactadas, pois com a popularização de blogs e sites que trouxeram uma concorrência para esses profissionais e uma relativa perda de espaço nas mídias tradicionais. Essa concorrência se deu através de site e blogs culturais alimentados por profissionais ou não, que encontraram na internet um espaço para publicar e divulgar os seus trabalhos e não necessariamente são remunerados por isso. Para ZANIRATTI essas conexões e contribuições espontâneas são tão antigas quanto à humanidade e que talvez sejam mais importantes do que a propagação de informações através dos meios considerados tradicionais (ZANIRATTI, ano não informado, p.2).

E quando olhamos mais atentamente para os críticos cinematográficos fica mais evidente o impacto que as a internet e as redes sociais trouxeram para os profissionais que se dedicam a área cultural. Não foram encontradas pesquisas de fontes oficiais sobre os números de sites e blogs sobre cinema que estão no ar e são escritos em língua portuguesa (BRA), porém o buscador Google aponta um número de 574.000 respostas para a busca das palavras-chave: sites sobre cinema e filmes. Um número impressionante.

Como vimos no debate teórico, o papel do crítico mudou com o passar dos séculos. Transformações na forma como o artista e a própria arte eram vistas tiveram reflexos no papel do crítico, que em meados do século XIX passou a ter função parecida com a do crítico de hoje, que é informar e analisar. RUSSO aponta que o crítico tem outro lado que deve ser mais valorizado que é o da garimpagem. “Você pesquisar e descobrir aquelas pérolas que estão ocultas, sejam no circuito, ou no cinema ou Netflix, ou algo do tipo. Para esse filme o crítico é muito importante” (RUSSO, 2016).

Após as entrevistas e a análise de dados chegamos ao fim desse trabalho com a certeza de que o papel do crítico e a plataforma de se comunicar com o público, mudaram de uma forma irreversível, após o fenômeno da internet e das redes sociais. E uma das principais mudanças foi “o renascimento da cinefilia no início desse milênio” (PACHECO, 2012, p. 353). Com o aumento de sites, blogs e redes sociais sobre cinema houve um aumento do debate sobre a sétima arte que passa pelos principais lançamentos, mas que também explora grandes clássicos, a história do cinema, a vida e obra de diretores e movimentos importantes para a história do cinema. Inclusive em

eventos presenciais, como sessões especiais de clássicos em cinemas de grandes redes, cineclubes, mostras e festivais, que dão a oportunidade de um encontro real entre os internautas. Inclusive muitos eventos marcados através das redes sociais têm pouco espaço ou quase nenhum nas mídias tradicionais. Esse novo papel é muito claro para todos os entrevistados para a pesquisa e é preciso lidar com o leitor que deixa seu lugar de simples consumidor para colaborador de uma nova rede informações.

Uma das principais particularidades da cibercinefilia destes últimos anos é a rápida mutação da paixão pelos filmes numa espécie de cybercineclubismo: há uma tendência natural no comportamento dos usuários da Internet de passar de simples colecionadores de dados (blogs, fotologs) a membros de grupos de discussão nos sites de filme. Ao integrar as comunidades de outros cinéfilos, o espectador cinematográfico realiza discursivamente a sua cinefilia no ciberespaço; ele troca e confronta as suas impressões com as de outros. A natureza hipertextual de muitos sites de cinema recenseados na web favorece esta prática discursiva em torno dos filmes vistos ou prestes a serem lançados. Inicialmente concebidos como espaços de disponibilização de informações, críticas e dados sobre os filmes e sobre personagens do mundo cinematográfico, muitos dos sites abrem espaços de discussão entre os internautas sobre temas relacionados ao cinema. Desta forma, a cinefilia mediada pela Internet traz e amplia uma segunda dimensão discursiva e comunicativa inerente à experiência espectral no cinema: doravante, além das já tradicionais críticas especializadas, encontram-se em circulação opiniões que provêm diretamente do público. (BAMBA, 2005, p.7)

Porém o excesso de informação também tem seu lado negativo. Muitos entrevistados apontaram a questão da remuneração como um obstáculo a ser ultrapassado. Renato MARAFON, idealizador do CinePop, contou que demorou mais de dez anos para viver apenas da profissão de crítico. Durante esse período teve que trabalhar em outros locais. Bruno GIACOBBO aponta que é impossível para a maioria dos críticos hoje, viver apenas da escrita e afirma: “eu não acredito que a profissão do crítico volta a ser bem remunerada como foi um dia” (GIACOBBO, 2016).

O fato é que ao analisarmos os sites mapeados na tabela apresentada no capítulo 3, é nítido que a maioria encontra formas alternativas para se sustentar. Percebemos também que a forma e o conteúdo dos portais são muito semelhantes. Encontramos muitas notícias semelhantes como críticas de filmes recentes ou que estavam estreando e notas sobre a vida pessoal de atores, atrizes, diretores e curiosidades sobre produções que ainda não estrearam no circuito. Boa parte dos sites e canais analisados se sustentam através da venda de espaços publicitários, uma prática comum em veículos de

comunicação. Nos anúncios notamos anunciantes como distribuidoras, canais de TV a cabo que divulgam de filmes recentes e séries anunciando nova temporada. Muitos ainda vendem produtos personalizados, camisas, canecas e também serviços como aulas de crítica.

Francisco RUSSO, editor chefe do site AdoroCinema, afirma que é preciso ter cautela com os anúncios pois as distribuidoras só procuram o crítico quando convém e que devemos usar melhor a liberdade editorial que a internet nos permite. Em seu livro “Jornalismo Digital”, a jornalista Pollyana FERRARI afirma que: “um bom texto de mídia eletrônica usa sentenças concisas, simples e declarativas, que tem apenas uma ideia. Evitam-se longos períodos e frases na voz passiva” (FERRARI, 2003, p. 49). Uma visão considerada pelos críticos consultados, ultrapassada. Todos os seis entrevistados apontam que a internet é o melhor lugar para aprofundar ideias, desenvolver textos fora dos padrões das mídias tradicionais. Analisando os textos e debates e considero que esse é ponto mais positivo e importante da pesquisa.

A liberdade editorial é que atrai um número expressivo de críticos, profissionais ou não, para a internet. Além de ser a forma mais barata e acessível de fazer circular seus próprios textos e ideias. Na introdução do presente trabalho transcrevi um trecho da fala de um personagem da animação “Ratatouille”. Uma declaração do crítico Anton Ego que dizia que o mundo é muito cruel com o novo e que o crítico só se arrisca quando traz o novo para seus leitores. O que quero dizer é que hoje na internet os críticos que se limitam a repetir sempre as mesmas ideias terão os seus dias contados. Já que a internet possui um maior espaço para que as ideias se desenvolvam, é preciso que os críticos se arrisquem também. Existe uma infinidade de assuntos, filmes, movimentos da sétima arte a serem explorados, descobertos e redescobertos.

Aquele crítico que souber melhor se comunicar com os internautas e usar esta ferramenta para descortinar o que de melhor e mais interessante tem sobre o cinema, vai ter nas mãos uma mina de ouro. Se por um lado ele vai poder iluminar a mente de muitos cyber cinéfilos, por outro ele vai acabar atraindo mais visibilidade e provavelmente mais patrocinadores e anunciantes interessados em ter seus nomes atrelados ao trabalho daquele crítico diferenciado. O ciberespaço é um terreno fértil para a troca de ideias e o potencial, ao que diz respeito ao marketing, ainda é pouco explorado. O trabalho de um bom crítico tem o poder de unir espectadores em torno de filmes que ainda podem ser descobertos. Mas é preciso se arriscar. O mundo precisa perder o medo do novo.

5. BIBLIOGRAFIA

BAMBA, Mahomed. A Ciber-cinefilia e outras Práticas Espectatoriais mediadas pela internet. Rio de Janeiro; XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj, 2005.

BRAGA, Carolina. *A crítica jornalística de cinema na internet: um dispositivo em transformação*. Barcelona, Espanha, Belo Horizonte, Minas Gerais; UAB/UFMG, 2001.

CARVALHO, Rafael. O lugar da crítica de cinema como gênero do jornalismo cultural e sua crise. Baleia na Rede – Estudos em arte e sociedade. Disponível em: [file:///C:/Users/Monografia/Downloads/3361-11194-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Monografia/Downloads/3361-11194-1-PB%20(2).pdf). Acessado em 01/06/2016.

CIPRIANI, Fábio. *Estratégia em mídias sociais: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante*. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2011.

GOMES, Regina. *Crítica Cinematográfica: história e influências sobre o leitor*. Crítica Cultural, volume 1, número 2, jul./dez. 2006. Disponível em: http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Critica_Cultural/article/viewFile/93/103. Acessado em 10/06/2016.

KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. São Paulo; Editora Ática, 1989.

LANDIM, Marisa. O primeiro cinema contemporâneo, algumas aproximações. Rio de Janeiro; UERJ, 2008. Disponível em http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_11ex/03_MarisaLANDIM_IISeminarioPPGC OM.pdf. Acessado em 15/06/2016.

LEMO, Marcus. *Blogar, o processo de criação de blogs*. Divinópolis, MG; 1994.

PACHECO, Liliana. Marketing, recepção e crítica cinematográfica na era digital. Lisboa, Portugal, 2012. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-18.pdf>. Acessado em 25/05/2016.

PHYSTHON, Angela. Transformações da crítica diante da cibercinefilia. Celeuma, número 1, volume 1, maio/2013. Disponível em <http://www.mariantonia.prceu.usp.br/celeuma/?q=revista/1/dossie/transforma%C3%A7%C3%B5es-da-cr%C3%ADtica-diante-da-cibercinefilia>. Acessado em: 12/06/2016.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo, SP; Editora Contexto, 2003.

WILLIAMS, Robin. *Designer para quem não é designer*. São Paulo; Editora Callis, 1994.

XAVIER, Ismail. *A experiência do cinema*. São Paulo, SP; Graal, 1983.

ZANIRATTI, Cyntia. Redes sociais e o acesso público ao cinema brasileiro. Ano e local de publicação não informados. Disponível em:

[https://www.ufmg.br/proex/cpinfo/cultura/docs/18b Redes sociais e o acesso publico - Cynthia Zaniratti.pdf](https://www.ufmg.br/proex/cpinfo/cultura/docs/18b_Redes_sociais_e_o_acesso_publico_-_Cynthia_Zaniratti.pdf). Acessado em 10/07/2016.

Links consultados:

O GLOBO - *Brasileiros gastam 650 horas por mês em redes sociais*. Disponível em <http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>. Acessado em 05/07/2016.

TECMUNDO - 20 anos de internet no Brasil: aonde chegamos? Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/internet/8949-20-anos-de-internet-no-brasil-aonde-chegamos-.htm>. Acessado em 04/07/2016.